

MAKSUD

Tallinn kehtestab reklaamimaksule absurdse korra. Ettevõtjal oht muutuda maksuvõlgaseks

PIRET REILJAN
piret.reiljan@aripaev.ee



Uus Tallinna reklaamimaksu määrus seab ettevõtjad kahvlisse - valikus on iganädalane maksu deklareerimine ja maksmise bürokraatia või pikemast maksuperiодist tingitud viiviserisk.

Oht osutada maksuvõlgaseks tuleneb nõudmisest, et reklaam peab olema deklareeritud ja makstud ettevõtja valitud perioodi alguseks, mitte lõpuks. Teisisõnu peab ettevõtja iga valitud perioodi alguses oma reklaamiplaanidest linnale teada andma. Kui plaan muutub ja ettevõtte vajab lisareklaami, saab ta seda teha maksuvõla hinnaga.

Tallinn sunnib seega ettevõtjat tuleviku otsuseid ette ennustama ja karistab valesi ennustajat ehk juba esitatud deklaratsiooni muutjat maksuvõla ning sellest tuleneva viivisega.

Linn: ka riik talitab nii. Tallinna ettevõtlusameti reklaamimaksu osakonna juhataja Riina Koit väitis, et põhimõte, kus maksukohustuse suuremine pärast maksetähtaja möödumist toob kaasa maksuvõla koos intressiga, kehtib ka riiklike maksude korral. Ta toonitas, et erinevalt riigimaksudest saab Tallinna reklaamimaksu puhul valida sobiva maksumisperiоди. Linnaametnik jättis mainimata, et riiklike käibe-, tulu- või sotsiaalmaksu puhul peab deklaratsiooni esitama tagantjärele varasema periоди kohta, mitte ette, nagu nõuab Tallinn.

“Tõenäoliselt tekitab ettevõtjale enim probleeme see, et deklaratsioon tuleb esitada periоди kohta ette. See tekitab olukorra, kus peab hakkama omal käel tulevikku ennustama või siis pöörduma tähetarga poole,” kommenteeris Sorainenini maksuõiguse advokaat Priit Raudsepp.

Uus kord ei arvesta senist praktikat. Ta lisas, et seetõttu on ettevõtjatel kerge tekkima intressikohustus. “Seejuures tasub teada, et intressikohustuselt tuleb tasuda ka tulumaks. Lisaks ähvardab ettevõtjat väärteotrahv ning suuremate summade puhul pole välistatud ka karistus kuriteo eest,” märkis Raudsepp.

Swedbanki turundusosakonna juhataja Ines Estrini sõnul on uut korda keeruline järgida. “Paraku praegu rakendatavad meetmed Tallinna linna reklaamimaksu ja reklaami deklareerimise korras ei arvesta reklaamimaailma töövõtete ja praktikaga,” lisas ta.

Tallinna linnavalitsus pareeris Äripäeva küsimusi ettevõtjavenuliku maksukorralduse kohta asjaoluga, et maksukohustuslane saab ise valida, millise periоди ta reklaami deklareerimiseks valib.

“Maksukohustuslastele, kel reklaamikampaniad sageli vahelduvad, oleme soovitanud valida periодiks kas kalendrinädala või -kuu. Neile, kelle reklaam aasta kestel ei muutu, oleme soovitanud kalendriaastat või -kvartalit,” selgitas ettevõtlusameti osakonnajuht Riina Koit. Tema soovitus aga ettevõtjate olukorda oluliselt ei leevenda.

“Kui varem võis reklaami deklareerida vahetult enne selle väljapanemist, siis praegu on valida kas suure bürokraatia või viiviste vahel,” kirjeldas küttuse jaemüüja Alexela turundusjuht Merlis Orion.

Ta näitlikustas, et kuna Alexelal on tanklates osaliselt püsiv reklaam, mida hoitakse üleval terve aasta, oleks kõige lihtsam deklareerida selline reklaam aastaks ette – mida varem saigi teha.

Ka uue korra järgi saab ettevõtja valida aastase deklareerimisperiоди, kuid kui mõne kampania raames paneb Alexela näiteks nädalaks üles ette planeerimata ja seega deklareerimata reklaami, tuleb tal kogu periоди alguses olnud maksetähtajast möödunud aja eest tasuda viivist.

Bürokraatia kasvab. “Juhtub see uus reklaam üles saama aasta lõpus, siis on viivis väga arvestatava suurusega,” nentis Orion. Ta jätkas, et teisel juhul võib ettevõtte valida iganädalase deklareerimi-

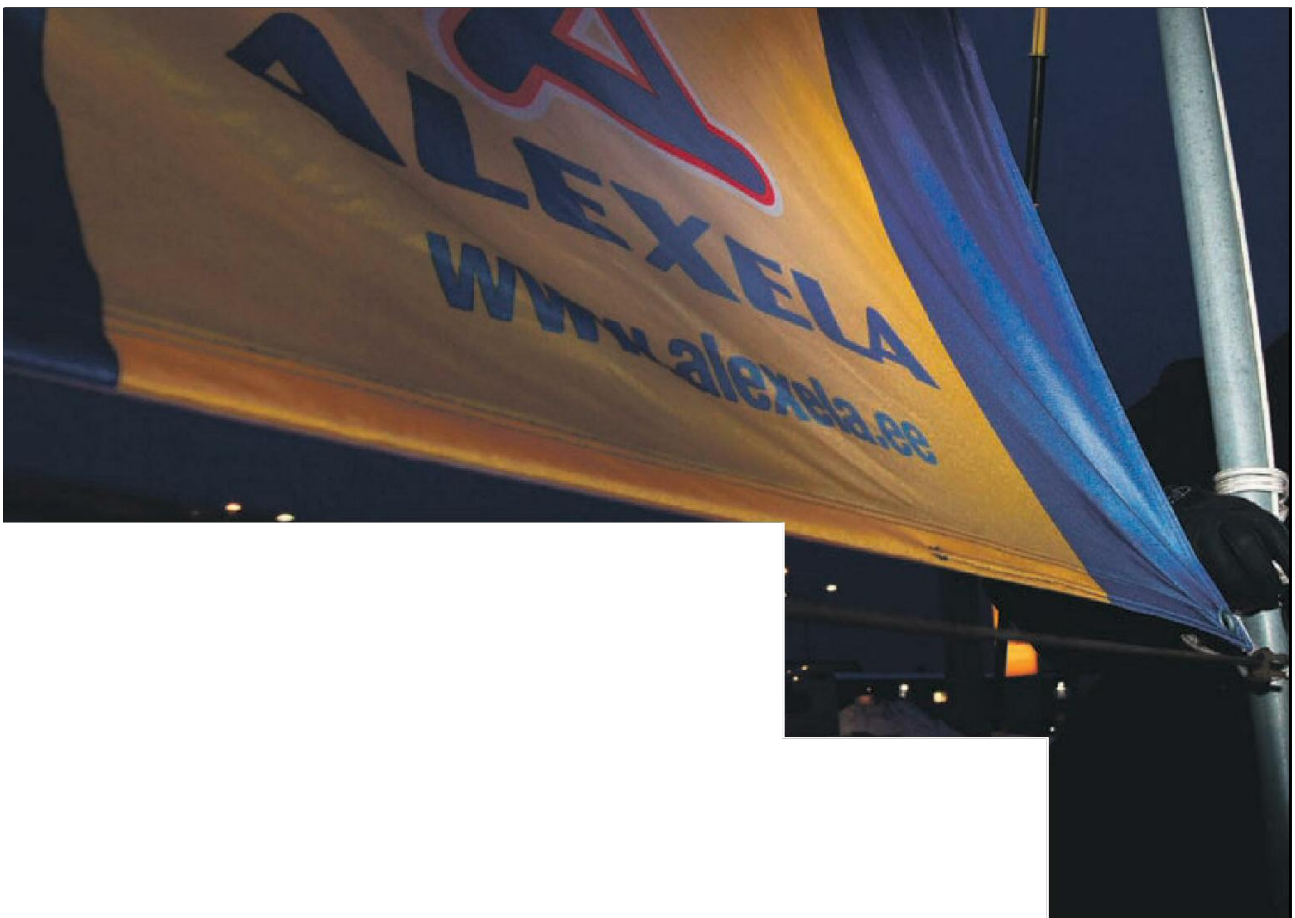


se ehk vähendada viiviste maksmise ohtu, samas aga tähendab see, et aasta läbi üleval oleva reklaami kohta tuleb aastas esitada kokku 52 taotlust ja teha 52 makset.

“Kes vähegi on turundustööga kokku puutunud, teab, et paljud otsused reklaamivaldkonnas tehakse jooksvalt, lähtudes turul toimuvast, konkurentide tegevusest ja isegi ilmast. Aasta jagu seda ette ennustada ei ole mitte mingil juhul võimalik,” sõnas Alexela turundusjuht.

25%

tõusis Tallinna reklaamimaks selle aasta alguses, kuna linn pidi loobuma teise kohaliku maksu - müügi-maksu - kogumisest. Reklaamimaks on 40 eurosent ruutmeetrist kalendripäevas, 2013. aastal tõuseb maks 45 eurosendini.



ALEXELA
turundusjuht
Merits Orion
Laagri auto-
maattanklas
reklaami juu-
res, mis jääb
Saue valla
piiridesse ehk
linnast välja.
FOTO: VEIKO
TÕKMAN



Reklaamimaksu määruse sätted omavahel vastuolus

Uus Tallinna reklaamimaksu määrus sätestab, et iga maksustamisperioodi kohta saab esitada ainult ühe deklaratsiooni – see pole aga kooskõlas ülejäänud määrusega. Nimelt ilmneb määrusest, et maksukohustus tekib ja maksu tuleb maksta reklaami paigaldamise päevast kuni selle mahavõtmise päevani.

Kui maksustamisperiood on kvartal, tekib maksukohustus kvartali esimesest päevast, kui reklaam on samaks hetkeks paigaldatud. Kui aga tekib vajadus reklaam paigaldada kvartali 45. päeval, siis ei saa tekkida maksukohustus tagasiulatuvalt kvartali esimesest päevast, kuna määrus ütleb, et maksukohustus tekib reklaami paigaldamise päevast.

Seega peaks ekstsisteerima võimalus esitada uus deklaratsioon – määrus aga uue deklaratsiooni esitamist ei luba. Võimalik on üksnes olemasoleva deklaratsiooni parandamine, mis toob kaasa varem tasutud maksu suurenemise ja seetõttu ka maksuvõla ning viivise.

A **Kommentaar** **Meie ettevõtja- vaenulikkus on** **eksiik seisukoht**

ARVO SARAPUU
Tallinna äärmisus

Olete ekslikult asunud seisukohale, et aasta alguses jõustunud reklaamimaksu deklareerimise ja tasumise muudatused on ettevõtjavenulikkud. Muudatuste peamine eesmärk on vähendada halduskoormust ning muuta reklaamimaksu deklareerimine maksukohustuslasele selgemaks ja lihtsamaks. Maksukohuslane saab lähtudes oma tegevuse iseloomust valida maksumisperioodi ning vastavalt sellele tasuda ka reklaamimaksu.

Reklaamimaksu määruse muudatuste kohta saadeti 1. juunil 2011 info ka välimeediaettevõtete liidule. Liidu esindajad ei edastanud muudatusettepanekuid määruse eelnõule, samuti ei leitud, et uus deklaratsioon ja maksu tasumise kord oleks ebaselge või koguni vaenulik.

Seni kehtinud regulatsioon viis selleni, et näiteks üks maksukohuslane koostas ühe kalendrikuu nelja kalendripäeva kohta 37 erinevat maksudeklaratsiooni, mille nõuete suurused jäid vahemikku 1,92 eurost kuni 190 euronni. Võib öelda, et hoopiski selline kord oli ettevõtjavenulik ja ebaefektiivne.

A **Taust** **Maksustamispe- rioodi ei saa muuta**

EELNEVALT sai maksumaksja Tallinna reklaamimaksu puhul ise vabalt valida maksumisperioodi, mille kohta deklaratsioon esitatakse. Tänavu 1. jaanuarist fikseeritakse maksumisperioodid ning maksumaksja saab valida ühe maksumisperioodi järgnevast valikust: kalendrinädal, kalendrikuu, kalendrikvartal ja kalendriaasta. **MAKSUKOHUSLASE** valib kalendriaasta esimese maksudeklaratsiooniga endale sobiva maksumisperioodi. Ühe maksumisperioodi jooksul saab esitada ainult ühe deklaratsiooni, seega kõik perioodi andmed peavad olema kajastatud ühel maksudeklaratsioonil.

MAKSUKOHUSLANE ei saa samal kalendriaastal muuta valitud maksumisperioodi, seda saab teha järgmisel kalendriaastal.

MUUTUS ka maksudeklaratsiooni esitamise ja tasumise päev – maksudeklaratsioon tuleb esitada ja ka tasuda hiljemalt valitud perioodi esimesel tööpäeval.

ALUKAS: TALLINNA LINNAVALITSUSE
KIRI ETTEVÕTETELE DETSEMBRIS

**Praegu raken-
datavad
meetmed
Tallinna
linna
reklaami-
maksu ja
reklaami
deklaree-
rimise
korras ei
arvesta
reklaami-
maailma
töövõtete
ja prakti-
kaga.
Swedbanki
turundus-
osakonna
juhataja Ines
Estrin**